

УДК 339.13

**Паньків Дарина**

**Pankiv Daria**

Науковий керівник: д.е.н., професор Л. Я. Якимишин

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **SMM – СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ КОМПАНІЇ**

### **SMM - A MODERN TOOL OF COMPANY PROMOTION**

Маркетинг у соціальних мережах (SMM) – один із нестандартних способів просування в бізнесі, який полягає в привертанні уваги аудиторії з соціальних мереж, форумів, веб-блогів. SMM просування вважається одним із найперспективніших методів «розкрути».

Останнім часом саме соціальні мережі стали найефективнішим засобом передачі новин, спілкування, реклами. Приблизно біля 8-ми годин в тиждень середньостатистичний інтернет-користувач приділяє уваги соціальним мережам. Велика маса людей, зірки, високопосадовці, чиновники мають офіційні сторінки в різних соціальних мережах.

Тому багато хто, починаючи від тільки створеного бізнесу до вже давно існуючого і закріпленого у світі підприємства, почав використовувати соціальні мережі як основну чи додаткову платформу для просування своєї справи. Соцмережі уже давно стали середовищем для реклами, за допомогою них кампанії, фірми намагаються запропонувати свій «товар» і отримати більше покупців. Зростання аудиторії Інтернет-користувачів і поява нових рекламних носіїв привели до росту ринку мережевої реклами. Потенціал рекламування в мережах ділиться на важливі параметри: вибір характерної аудиторії, перевірка реакції читачів, ймовірність привертання уваги. Маркетологу користування Інтернетом для реклами дозволяє створити аудиторію за інтересами, віком, орієнтацією, відстежувати і змінювати хід рекламної кампанії.

В Україні найпопулярнішою мережею є Facebook і Instagram. Кількість українських користувачів у Facebook складає більше 8 мільйонів.

Першим етапом просування в соціальних мережах є виявлення цілей, розробка стратегії, визначення аудиторії. Вибір мережі: Instagram, Facebook, Google+. Для отримання ефективного результату не достатньо лише створити гарний профіль, але й потрібно займатися його розвитком. Перелік дій для просування реклами в соціальних мережах: створення акаунтів (груп, офіційних сторінок), наповнення профілю корисною інформацією, публікації не менше 3-х в тиждень, дизайнерське оформлення профілю в поєднанні з брендом чи стилем компанії, розробка контент-плану, проведення конкурсів (розіграшів), взаємодія з блогами у яких велика кількість аудиторії, рекламне розміщення на тематичних площадках.

Також головним показником ефективності просування в соціальних мережах є реакція читачів на ваші пости. Аудиторія проявляє інтерес залишаючи коментарі. Тому, чим більше відгуків у вас в профілі, тим більшу довіру ви отримуєте в аудиторії. Якщо на ваші пости ніяк не реагують, то вони будуть рідше з'являтися в стрічці користувача. Коментарі генерують замученість, а її відсоток є важливим, не лише для успішності спільноти, а й для ціни реклами на сторінці. Таким чином, наявність відгуків під вашими постами виливається для вас в матеріальну винагороду.

Компанія, яка шукає різні способи для збільшення попиту на свій продукт і використовує для цього соціальні мережі і SMM є більш відкритою для своїх клієнтів, викликає більше довіри і впевненості. Що, як не довіра клієнта – є ознакою успішності, джерелом для розвитку і розширення діяльності бренду?